

RECURSOS INTERNOS COMO GENERADORES DE VENTAJAS COMPETITIVAS EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE MÉRIDA, YUCATÁN

Lic., Natalia, Reyes Puerto.¹

M.C., Hermila Andrea, Ulibarri Benítez.²

Dra., María Antonia Morales González.³

RESUMEN

El presente trabajo pretende describir y analizar los recursos internos en pequeñas y medianas empresas comercializadoras de Mérida, Yucatán como generadores de ventajas competitivas, que al aplicar estrategias adecuadas a su industria propicien la continuidad de éstas, con el fin de impulsar un desarrollo regional integral. En este sentido, las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) tienen un alto impacto en la economía nacional ya que contribuyen con un gran porcentaje de generación de empleos y del Producto Interno Bruto (PIB) de nuestro país, a pesar de tener una alta tasa de mortalidad y un ciclo promedio de apenas 5 años de vida.

Es por esto que es factible que la continuidad y permanencia en el mercado de las Pymes en México tenga un impacto positivo en el desarrollo de las economías tanto regionales como en la nacional, por lo que es conveniente analizar la situación de las Pymes ante un mercado que genera una preferencia, generalmente, marcada por las ventajas competitivas y valor agregado que cada empresa puede ofrecer de acuerdo a sus propios recursos y capacidades para asegurar una permanencia dentro de su industria. El propósito de este documento entonces es analizar y describir el impacto que los recursos internos existentes pequeñas y medianas

¹ Licenciada en Arquitectura, Instituto Tecnológico de Mérida, natalia.reyesp@gmail.com

² Maestra en Ciencias, Hermila Andrea, Ulibarri Benítez, Instituto Tecnológico de Mérida, hermilaulibbarri@yahoo.com.mx

³ Dra. En Ciencias en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional, María Antonia Morales González. Instituto Tecnológico de Mérida, maritony_22@yahoo.com.mx

empresas comercializadoras de Mérida, Yucatán tienen sobre su continuidad y permanencia en el mercado.

PALABRAS CLAVE: Recursos internos, Ventaja competitiva, Pequeñas y medianas empresas

INTRODUCCIÓN

El desarrollo y continuidad de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), en México representa un fortalecimiento directo de las economías locales. Esto es debido a que éstas unidades económicas representan un 99.8% de total de las empresas en el país y tienen un 71.2% del personal ocupado (INEGI, 2014). Estas cifras demuestran el impacto que tienen las PyMes en la economía nacional, sin embargo, de acuerdo con el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI, 2012) la tasa de mortandad de éstas unidades económicas es de un 22% anual y en su mayoría no superan los 5 años de vida, lo que provoca un aumento en la pérdida de empleo y estabilidad laboral.

La obtención de un mejor desempeño empresarial por medio de ventajas competitivas puede contribuir de manera directa a la prolongación del tiempo de vida de éstas unidades económicas. Las ventajas competitivas de cada empresa se pueden obtener por medio del adecuado aprovechamiento de sus propios recursos, planteando estrategias que se acoplen al contexto propio de su industria (Grant, 2010. Febles y Oreja, 2008).

Es por esto, que el estudio de los recursos internos de las empresas que propician la continuidad y permanencia en el mercado de las Pymes se vuelve de vital importancia para el entendimiento del desarrollo continuo y sustentable de las economías locales.

Los recursos internos de las empresas, vistos desde el punto de vista de la Teoría de los Recursos y Capacidades, pueden clasificarse en: tangibles, intangibles y humanos. Siendo los humanos los más fáciles de aprovechar y desarrollar debido al control directo que se tiene sobre ellos (Grant, 2010). Los recursos humanos de acuerdo a Grant (2010) corresponden a las habilidades y conocimientos, a la comunicación y colaboración, y a la motivación que se da dentro las empresas. El fortalecimiento de los recursos internos humanos puede propiciar tanto el desarrollo de la empresa misma, como el desarrollo a nivel personal de los colaboradores, lo que se extiende a un estado de bienestar aplicado más allá de nivel laboral. De éste modo, se puede decir, que fortalecer los recursos y capacidades de las Pymes en México favorece el desarrollo de las empresas y con ello el desarrollo regional en general.

El presente trabajo toma los recursos internos humanos como generadores de ventajas competitivas en pequeñas empresas comercializadoras de Mérida, Yucatán como base para propiciar la continuidad y mantenimiento de las Pymes a fin de contribuir con el desarrollo económico regional.

DESARROLLO REGIONAL Y COMPETITIVIDAD

El desarrollo regional hoy en día se puede analizar desde varias perspectivas, tomando en cuenta aspectos políticos, sociales, económicos, ambientales, de inclusión y competitividad, así como la globalización, que cada vez exige más y mejores productos y servicios dando con esto un impulso a las nuevas culturas empresariales de emprendedores por todo el mundo.

Además, de los factores políticos, sociales y económicos, existen otros elementos importantes para que el desarrollo regional pueda ser sostenible, se debe considerar que la inclusión de las políticas públicas y la competitividad son de igual manera puntos clave para cerrar las brechas que existen hoy en día para tener un desarrollo regional integral, que pretenda siempre la

mejoría de la economía y el estado de bienestar de la población, aprovechando las características propias de cada región para generar ventajas competitivas que garanticen su bienestar y prosperidad.

En México, la política actual de desarrollo se rige por el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, que considera que el crecimiento y el desarrollo del país dependen en todo momento de la sociedad en general. De forma tal que en conjunto se logre una mayor contribución con el bienestar de la ciudadanía. Entre las Metas Nacionales se pueden encontrar: un México en Paz, un México Incluyente, un México Próspero, un México con Responsabilidad Global y un México con Educación de Calidad. Dentro de los objetivos generales del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 de acuerdo a las metas establecidas; se pretende que el país debe propiciar inversión en actividades y servicios que generen valor agregado de una forma sostenible; el procurar la igualdad de oportunidades para tener acceso a insumos estratégicos como financiamiento, energía y telecomunicaciones entre empresas establecidas y nuevos emprendedores es fundamental para propiciar la obtención de productos y servicios de calidad y con precios competitivos, así como un desarrollo equitativo de la sociedad (PND, 2013).

A nivel local, de acuerdo con el Plan Estatal de Desarrollo 2012-2018, se encuentra que el Gobierno del Estado de Yucatán 2012-2018, propone lograr la mejora y desarrollo del estado mediante 5 ejes principales de intervención pública: Yucatán Competitivo, Yucatán Incluyente, Yucatán con Educación de Calidad, Yucatán con Crecimiento Ordenado y Yucatán Seguro; definiendo éstos como guía para alcanzar los objetivos que se pretenden a nivel nacional y procurando una sinergia de trabajo para obtener mejores resultados para la sociedad. Declara que un sector productivo competitivo puede ser la base de un bienestar duradero y sostenible; pretende detonar la capacidad emprendedora por medio del autoempleo y empleo formal, de forma que cada individuo aproveche sus recursos potenciales para salir adelante y generar una

sociedad próspera. En el marco empresarial defiende una cultura de emprendedurismo en áreas económicas estratégicas, deseando tener una economía de pequeñas y medianas empresas como base de una sociedad innovadora y competitiva. De esta forma, Gutiérrez y González (2010), enfatizan que es posible lograr un desarrollo por medio de la fuerza de trabajo, ya que ésta puede ser capaz de generar innovación tecnológica, organizacional y estructural para alcanzar el liderazgo empresarial que debería estar inserto en las organizaciones de la región.

COMPETITIVIDAD Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Müller (1995), considera que el concepto de competitividad es lo suficientemente amplio para ser visto desde una perspectiva globalizadora, debido a que la competencia se da a diferentes niveles dentro de las organizaciones, las regiones y las naciones. De ésta forma, la competitividad se articula con otros conceptos como conquistar, mantener y ampliar la participación de una organización dentro de los mercados, volviéndose un concepto integral y flexible que se puede adaptar a las particularidades de las empresas en específico.

Por otro lado, de acuerdo con Barney (1986), es factible alcanzar la competitividad por medio de algunos factores estratégicos de mercados, como las expectativas, la suerte y las estrategias de negocio. En este sentido, las estrategias de negocio son un recurso que la empresa puede aprovechar a su favor para aumentar su competitividad y ventaja sobre los mercados, ya que tanto las expectativas como la suerte, son factores subjetivos sobre los cuales la empresa no tiene control alguno.

La competitividad empresarial puede propiciar la continuidad de las organizaciones a lo largo del tiempo, ésta se puede lograr a través de la obtención de ventajas competitivas sostenidas a largo plazo siguiendo objetivos y planes estratégicos que se adapten a los recursos que cada empresa posea (Grant, 2010).

La estrategia empresarial tiene como objetivo mantener y desarrollar a la empresa a lo largo del tiempo. Debe considerar un análisis previo de la empresa, tanto en el ámbito externo como interno, identificando sus recursos y competencias más favorables, para aprovecharlos de manera adecuada dentro de sus áreas de negocios a fin de construir ventajas competitivas que le den un mejor desempeño que sus competidores (Strategor, 1995)

Según Barney (1986), para plantear estrategias empresariales que le permitan a la organización ser única dentro de su industria, se debe realizar un análisis tanto del entorno externo como del interior de la organización; siendo éste último el que logre dar un mayor aprovechamiento de los recursos para poder lograr una ventaja sobre sus competidores.

VENTAJA COMPETITIVA

El concepto de ventaja competitiva, como su nombre lo indica, está ligado directamente con la competitividad empresarial, que de acuerdo con autores como Barney (1986), Grant (2010) y Porter (1991) se refleja como la obtención de un valor agregado por medio del adecuado aprovechamiento de los recursos de una empresa que genere una preferencia en el mercado y una distinción frente a sus competidores.

A pesar de que por lo regular, la ventaja competitiva se relaciona con la obtención de utilidades superiores a las que los competidores generan, es necesario analizar que el brindar un valor agregado a los productos y servicios produce una mejor rentabilidad a largo plazo. Es por esto que una ventaja competitiva puede surgir como respuesta a los cambios en los factores internos o externos de la empresa, obteniendo una ventaja ya sea en costos o por diferenciación (Grant, 2010).

A lo largo del tiempo, se han presentado diferentes enfoques sobre la obtención de éstas ventajas competitivas. Los principales enfoques se basan en el análisis de los factores que influyen sobre la capacidad de las empresas para poder generarla, contemplando que éstos factores pueden ser externos a la empresa o encontrarse dentro de ella misma.

Desde la perspectiva de los factores externos Porter (1991), propone un sistema de acuerdo a cuatro atributos que conforman el rombo de la ventaja competitiva, de modo que cada uno de ellos influye de manera individual en la obtención de la misma. Considera que éstos atributos son: las condiciones de los factores, las condiciones de la demanda y los sectores afines y auxiliares, así como la estrategia, estructura y rivalidad de las empresas, son determinantes para crear el ambiente nacional en el que compiten las empresas.

En contraparte, Grant (2010), propone un análisis interno de la empresa para identificar sus recursos y capacidades con el fin de plantear estrategias que los aprovechen, así como lograr llenar los vacíos existentes para generar nuevas oportunidades de negocios. De forma que se logre la creación de una ventaja competitiva la cual soporte el desempeño favorable de la empresa.

De igual forma, se encuentra que el proceso de administración estratégica deberá estar siempre enfocado a un planteamiento de estrategias basadas en la misión y visión de una organización, tomando en cuenta el contexto interno y externo, tanto de manera actual, como en probables escenarios futuros, poniendo la responsabilidad de obtener un desempeño superior y una ventaja competitiva en manos de los gerentes estratégicos (Hill y Jones, 2005).

TEORÍA DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES

De acuerdo a la bibliografía anteriormente revisada y tomando en cuenta la importancia de los recursos internos de las empresas como fuente generadora de ventajas competitivas, la presente investigación toma como base “La Teoría de los Recursos y Capacidades” para analizar la importancia de los recursos internos de pequeñas y medianas empresas comercializadoras de Mérida, Yucatán, así como su impacto en la continuidad y permanencia de éste tipo de empresas en el mercado local.

Esta teoría ha sido estudiada por diversos autores, que a pesar de diferir en algunos conceptos, coinciden en clasificar los recursos que poseen las empresas en su interior para generar capacidades que puedan ser convertidas en ventajas competitivas por medio de estrategias que se adapten a las condiciones propias del contexto e industria a la que pertenezcan.

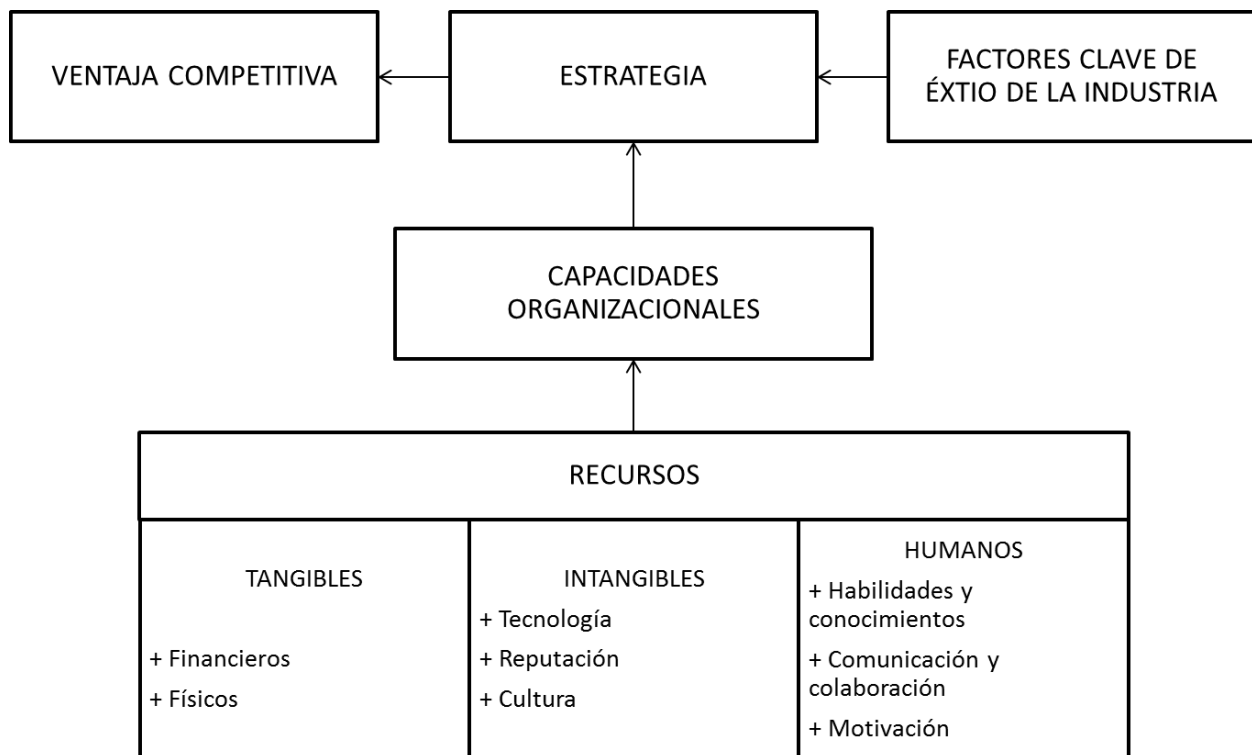
Barney (1991), declara que para que los recursos internos de las empresas puedan ser generadores de una ventaja competitiva que pueda sostenerse a largo plazo, éstos deberán ser: valiosos, escasos, difíciles de imitar y difíciles de sustituir. De acuerdo a éste enfoque, se encuentra que ciertos recursos internos, como el capital humano, poseen la característica de desarrollar capacidades que sean difíciles de imitar y sustituir, como el liderazgo.

Por otro lado, Grant (2010), toma “La Teoría de los Recursos y Capacidades” clasificando los recursos de las empresas en: tangibles, intangibles y humanos. Propone que el adecuado aprovechamiento de éstos recursos para generar capacidades que soporten ventajas competitivas que den un valor agregado a la empresa a largo plazo, se debe llevar a cabo por medio de estrategias que tomen en cuenta los factores de éxito de la industria a la que pertenecen adaptándolas a los recursos propios de cada empresa.

Grant (2010) hace hincapié en valorar los recursos intangibles y humanos sobre los tangibles, ya que éstos últimos pueden ser sustituidos por otras fuentes o igualados fácilmente por la competencia; mientras que los humanos e intangibles se vuelven únicos e irrepetibles para la organización. De ésta forma Grant (2010) presenta el siguiente diagrama como modelo integrador de los elementos que intervienen en la creación de ventajas competitivas.

Figura 1

La relación entre recursos, capacidades y ventaja competitiva



Fuente: Grant, 2010, pp. 127

De igual forma, Fong (2005), analiza “La Teoría de los Recursos y Capacidades”, pero en su caso genera una clasificación especial para las capacidades, integrándolas en cuatro categorías: regulatorias, posicionales, funcionales y culturales. El enfoque de su investigación se centra en identificar los beneficios extraordinarios que generan los recursos internos de acuerdo a su contribución, ya sea positiva o negativa, para cada una de las categorías de capacidades antes mencionadas, esto, con el objetivo de analizar cuáles de las categorías de

capacidades tienen un mayor impacto para generar ventajas competitivas dentro de las empresas.

Por último, de acuerdo con Hill y Jones (2005), los recursos se refieren al capital de las asignaciones de los factores financiero, físico, social o humano, tecnológico y organizacional que le permiten a una compañía crear valor para sus clientes, pueden a su vez, ser: tangibles o intangibles. Mientras más específico, valioso y difícil de imitar sea un recurso, mayores probabilidades existen de que la compañía tenga una habilidad distintiva. Éstas habilidades se refieren a la capacidad que tiene una empresa para coordinar sus recursos y para colocarlos en un uso productivo; se derivan de la estructura, procesos y sistemas de control de la organización; son intangibles y no residen en los individuos sino en cómo éstos interactúan.

RECURSOS INTERNOS

Los recursos internos de las empresas, vistos desde la perspectiva de la competitividad, toman importancia ya que son elementos clave para la generación de ventajas competitivas que propicien el mejor desempeño y permanencia de las empresas en el mercado. Estos recursos pueden ser controlados directamente por la organización adaptándolos a las circunstancias del ambiente externo de la empresa para lograr una mejoría en su gestión y con esto sobresalir ante sus competidores.

Grant (2010), propone que existe una relación directa entre los recursos internos, las capacidades y las ventajas competitivas de las empresas, de forma que los recursos internos existentes en una organización, son posibles de aprovechar para convertirlos en las capacidades necesarias que soporten una ventajas competitivas sostenidas a largo plazo.

De acuerdo a “La Teoría de los Recursos y Capacidades” diversos autores describen y analizan los recursos internos de las empresas categorizándolos de diferentes maneras. La siguiente tabla presenta los recursos internos desde la perspectiva de cuatro principales autores.

Tabla 1
Clasificación de Recursos Internos

| Autor | Clasificación de Recursos Internos |
|-----------------------------|--|
| Grant (2010) | Tangibles Intangibles Humanos |
| Fong (2005) | Recursos que contribuyen con capacidades regulatorias. Recursos que contribuyen con capacidades posicionales Recursos que contribuyen con capacidades funcionales Recursos que contribuyen con capacidades culturales |
| Hill y Jones (2005, Cap. 3) | Tangibles Intangibles |

Fuente: Barney (1991), Fong (2005), Grant (2010), Hill y Jones (2005, Cap. 3)

La anterior tabla refleja cómo algunos autores como Grant (2010) y Hill y Jones (2005) buscan clasificarlos de acuerdo a su naturaleza para lograr identificar las fortalezas y debilidades dentro de las empresas, y por último, se encuentran autores como Fong (2005), que añaden categorías adicionales para enlazar de manera directa los recursos internos de las empresas con las capacidades con las que contribuyen para generar ventajas competitivas, mientras que otros autores como Barney (1991), buscan en los recursos internos características que los hagan distinguirse de sus competidores.

La presente investigación toma como base el modelo de Grant (2010), de acuerdo a “La Teoría de los Recursos y Capacidades”, que clasifica los recursos internos de las empresas como tangibles, intangibles y humanos; considerando que éstos últimos son por sus características propias de ser quienes controlan la empresa, son sobre los que se puede ejercer un control directo y se pueden desarrollar de forma inmediata.

Es por esto que el trabajo se centra en describir y analizar los recursos internos humanos en pequeñas y medianas empresas comercializadoras de Mérida, Yucatán como potenciales generadores de ventajas competitivas.

RECURSOS INTERNOS HUMANOS Y CAPACIDADES DIRECTIVAS

Según las categorías propuestas por Grant (2010), y considerando que los recursos internos humanos, son el recurso sobre el que la empresa tiene la capacidad de desarrollar y controlar de manera directa por ser quienes dirigen la empresa; se puede decir, que el capital humano tiene las habilidades tanto de adaptarse al cambio, como de desarrollar y mejorar su desempeño según sea la estrategia y dirección que requiera y proponga su organización.

A estos recursos corresponden las habilidades y conocimientos, la capacidad de comunicación y colaboración, y la motivación que se puede generar para que el capital humano de la organización logre un mejor desempeño. A pesar de que los recursos internos humanos no se ven reflejados en los balances financieros de la empresa, ni como una utilidad directa para la misma; las habilidades, experiencia profesional, esfuerzo de los colaboradores para cumplir con los objetivos de la empresa y apegarse a la cultura organizacional de la misma, así como su capacidad de trabajar en equipo, dirigirlo y motivarlo, se vuelven intangiblemente un recurso invaluable y difícil de imitar para las empresas (Grant, 2010).

Estas últimas habilidades de los recursos humanos, vistas desde el punto de vista de niveles gerenciales, son consideradas para muchos autores como capacidades o habilidades directivas. De igual forma, ha sido comprobado por diversos estudios empíricos, como los que a continuación se mencionan, que la presencia de éstas habilidades dentro de las organizaciones, tiene un impacto positivo en el desarrollo del capital humano de la organización

en todos los niveles con lo que es posible lograr una mejora sustancial en su desempeño y competitividad dando un valor agregado a los productos y servicios que brinda a la comunidad.

Un estudio realizado por Cárdenas (2013), refleja que el buen uso de las habilidades directivas puede generar el éxito de la de las micro, pequeñas y medianas familiares de Yucatán, debido a que en su mayoría son lideradas por los mismos propietarios, el grado de desarrollo de la habilidad emprendedora y el liderazgo influyen en la eficiencia económica ya que al ser sus operadores los propietarios de la empresa ponen un mayor esfuerzo por ser su principal fuente de sustento.

Por otro lado, Aburto y Bonales (2011), confirman que mientras mejor manejo de las habilidades directivas se tenga, mejor es el clima organizacional que se obtiene, propiciando una mayor productividad y mejor efectividad; esto tomando como indicadores las habilidades directivas de liderazgo, comunicación, motivación, manejo del conflicto y formación de equipos.

Las habilidades directivas son desarrolladas de formas muy diversas de acuerdo a la personalidad de cada individuo, ya que influyen en él factores como su vida profesional, la manera de afrontar los retos de la globalización, así como el contexto general de su vida personal. De acuerdo a éstos factores, Madrigal (2009), afirma que los directivos de las organizaciones deben dominar en primera instancia habilidades como: la comunicación, el liderazgo, la creatividad, la toma de decisiones, el trabajo en equipo y el manejo de conflictos, y la administración del tiempo.

MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Tanto a nivel mundial como en México, las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), representan la base de la economía empresarial, ya que en ambos niveles cuentan con más del 90% del total de las empresas y en cifras generales contribuyen con más del 70% de la generación de empleos. En cifras más específicas, de acuerdo a los “Censos Económicos – 2014” del INEGI, las Pymes representan el 99.8% del total de las unidades económicas del país y cuentan con el 72.7% del total del personal ocupado entre empresas correspondientes a los sectores de manufacturas, comercio y servicios (INEGI, 2014).

Es importante mencionar que a pesar de la alta tasa de nacimientos que tienen las Pymes, su tasa de mortandad es del 22%, de acuerdo al “Análisis de la demografía de los establecimientos 2012” del INEGI, reflejando un crecimiento porcentual anual de apenas un 6.2% y en su mayoría éste tipo de unidades económicas no superan los 5 años de vida.

De acuerdo con Rodríguez (2010), la pequeña empresa es el “Negocio en el que el propietario es autónomo en su manejo y que no domina en su ámbito de operación en cuanto al número de empleados ni al volumen de ventas”. p.14

En México, las empresas se clasifican de acuerdo con el Diario Oficial de la Federación (DOF, 2009) en micro, pequeñas y medianas empresas, según criterios establecidos de acuerdo al rango de número de trabajadores y rango del monto de ventas anuales en millones de pesos. Las Micro, Pequeña y Mediana empresa de los diferentes sectores se clasifican como lo indica la siguiente tabla.

Tabla No. 2
Estratificación de las empresas en México

| Estratificación | | | | |
|------------------------|-----------------------|--|---|-------------------------------|
| Tamaño | Sector | Rango de número de trabajadores | Rango de monto de ventas anuales (mdp) | Tope máximo combinado* |
| Micro | Todas | Hasta 10 | Hasta \$4 | 4.6 |
| Pequeña | Comercio | Desde 11 hasta 30 | Desde \$4.01 hasta \$100 | 93 |
| | Industria y Servicios | Desde 11 hasta 50 | Desde \$4.01 hasta \$100 | 95 |
| Mediana | Comercio | Desde 31 hasta 100 | Desde \$100.01 hasta \$250 | 235 |
| | Servicios | Desde 51 hasta 100 | | |
| | Industria | Desde 51 hasta 250 | Desde \$100.01 hasta \$250 | 250 |

Fuente: Diario Oficial de la Federación, 2009

SECTOR COMERCIO EN MÉXICO Y YUCATÁN

En México, las actividades comerciales se contemplan en dos sectores: Comercio al por mayor y Comercio al por menor; de acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2013 (SCIAN, 2013) del INEGI. Ambos sectores comprenden unidades económicas dedicadas a la compra-venta sin realizar transformación, de bienes de capital, materias primas y suministros para el caso del comercio al por mayor; y de bienes para el uso personal o del hogar para el caso del comercio al por menor. Para efectos del presente trabajo se considera como sector comercio a las unidades económicas comprendidas tanto para comercio al por mayor como al por menor.

Las cifras que presenta el INEGI (2014) para el sector comercio, indican que las actividades comerciales representan el 48.3% de las unidades económicas del país, siendo el sector con mayor aportación en cantidad de empresas, aportando el 29.6% del personal ocupado en segundo lugar después del sector servicios, y el 10.7% de la producción bruta total del país en

último lugar de los tres principales sectores. Del 48.3% correspondiente al total de las unidades económicas del sector comercio el 99.7% de las empresas corresponden a micro, pequeñas y medianas empresas; destacando con un 94% las empresas de reciente creación.

En Yucatán el sector comercio representa un 39.3% del total de las unidades económicas del estado, siendo el sector con mayor presencia en éste rubro. Las actividades comerciales aportan el 30.5% del personal ocupado y contribuyen con el 15.5% de la producción bruta total; cifras indicadas de acuerdo a los “Censos Económicos 2014” del INEGI.

De acuerdo con la estratificación de las empresas publicada en el Diario Oficial de la Federación en 2009 (DOF, 2009), el presente trabajo pretende abarcar la categoría de pequeñas empresas que cuenta de 11 a 30 empleados, que de acuerdo a los Censos Económicos 2014 del INEGI (2014) representa, en segundo lugar después de las micro empresas, el 3.3% del total de las unidades económicas a nivel nacional y el 3.6 % del total de las unidades económicas en Yucatán.

METODOLOGÍA

Con base en su naturaleza, la presente investigación contempla un análisis de la literatura por medio de un enfoque cualitativo de diversos autores correspondiente a temas de desarrollo regional, competitividad, ventaja competitiva, Teoría de los Recursos y Capacidades, recursos internos y sus categorizaciones; así como una revisión de documentos para contextualizar a las pequeñas y medianas empresas del sector comercio en Yucatán. Esto, con el objetivo de describir y analizar cómo los recursos internos de pequeñas empresas comercializadoras de Mérida, Yucatán son capaces de generar ventajas competitivas, que a través de estrategias aplicadas de acuerdo a su contexto, propicien la continuidad y permanencia de las Pymes en el estado.

Se pretende ampliar la investigación por medio del estudio de caso de una pequeña empresa comercializadora ubicada en Mérida, Yucatán que cuente con las características de estar inscrita bajo el régimen fiscal de persona moral y que tenga con más de 10 años de vida. Esto con el fin de lograr una descripción fenomenológica de la obtención de ventajas competitivas a través de estrategias soportadas por capacidades obtenidas de los recursos internos dentro del contexto de la empresa, utilizando como sujetos de estudio los propietarios, gerentes y colaboradores de la empresa y usando como métodos de recolección de información la observación directa, entrevistas a profundidad y entrevistas semi-estructuradas.

Se pretende lograr una descripción de forma cualitativa por medio del estudio de caso que permita el análisis de las variables correspondientes a los recursos internos y la continuidad de las empresas inmersas dentro de un contexto específico (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010). De acuerdo con Stake (1999), la metodología de estudio de caso permite analizar a detalle las características relevantes de casos individuales, que inmersos en su propio contexto, sean representativos por su complejidad y particularidad para su estudio y comprensión acorde con el tema de investigación.

DISCUSIÓN

De acuerdo con el análisis de la revisión bibliográfica, se encuentra que las Pymes en México contribuyen de manera directa con la mejora de la economía nacional, las cuales representan de acuerdo a cifras del INEGI (2014) arriba del 95% de las empresas del país, por lo que se puede decir que son el soporte de las economías regionales ya que promueven el autoempleo, el empleo formal y el sustento propio.

La contribución de estas empresas en el desarrollo regional puede ser vista desde varias perspectivas, por un lado, se encuentra la participación de acuerdo a cifras oficiales a favor de

la economía y el empleo; por otro lado, se tiene la perspectiva de la competitividad que según autores como Barney (1986), (Grant, 2010) y Müller (1995), las empresas pueden lograr un mejor desempeño por medio de una óptima utilización de sus recursos para mejorar su gestión y desempeño ante sus competidores, de forma que logren una permanencia dentro de su industria; a esto se puede contrastar, que en su mayoría, las Pymes en México tienen un ciclo de vida de apenas 5 años, por lo que una mejora en la competitividad de las mismas reflejaría un alza en su tasa continuidad y con ello un impacto positivo en el desarrollo regional.

Para analizar la competitividad desde el punto de vista empresarial, es necesario tomar en cuenta la importancia de la generación de valor agregado de los bienes y servicios producidos, que para fines teóricos se conceptualiza como la obtención de ventajas competitivas. Estas ventajas competitivas pueden ser obtenidas de diversas maneras, por lo que se analizan dos enfoques teóricos.

Por un lado, se tiene la teoría de Porter (1991), que basa la obtención de dichas ventajas competitivas en la influencia del ambiente externo dentro de las empresas, por medio de un modelo de conocido como el “Diamante de Porter” en el que se muestra cómo las fuerzas del contexto macroeconómico de las empresas influyen en su desempeño y competitividad.

Por otro lado, se encuentra la “Teoría de los Recursos y Capacidades”, analizada por autores como Fong (2002), Hill y Jones (2005) y Grant (2010) quienes apuntan a que la obtención de las ventajas competitivas que puedan hacer que una empresa se diferencie sobre otra, se encuentran dentro de la empresa misma; y pueden ser obtenidas por medio de un análisis detallado de los recursos internos que posea cada organización para aprovecharlos de la mejor manera por medio de estrategias que tomen en cuenta los factores clave del éxito de su industria para lograr permanecer en el mercado.

Para el análisis de los recursos internos, se considera que existen diferentes categorías de este tipo de recursos, según los autores mencionados. Entre las diversas categorías mencionadas se encuentran: los recursos tangibles, intangibles, humanos (Grant, 2010) y algunas categorías adicionales a las que pueden pertenecer estos recursos, como regulatorias y funcionales (Fong, 2005), tomando en cuenta que para que los recursos internos puedan contribuir con la generación de ventajas competitivas éstos deberán ser valiosos, escasos, difíciles de imitar y difíciles de sustituir con respecto a sus competidores (Barney, 1986).

Del anterior análisis de las teorías que toman a los recursos internos de las empresas como generadores de ventajas competitivas, se observa que se requiere analizar con más profundidad de qué manera la creación de las ventajas competitivas por medio de los recursos que poseen las empresas puede tener un impacto que favorezca la continuidad y permanencia de las pequeñas y medianas en Mérida, Yucatán para propiciar el desarrollo integral de la región.

CONCLUSIONES

De acuerdo a lo antes mencionado, se puede concluir que el estudio y análisis de los recursos internos como generadores de ventajas competitivas en pequeñas empresas comercializadoras de Mérida, Yucatán, es importante poder describirlos adecuadamente e identificar de qué manera se pueden aprovechar para mejorar su desempeño, así como fomentar su crecimiento y continuidad.

Se pretende que los resultados obtenidos de la futura investigación identifiquen los principales recursos que contribuyen a establecer capacidades que soporten mejor la formación de ventajas competitivas, como pueden ser: el estilo de gestión, la calidad en el servicio, el equipo directivo, la reputación de la empresa y los acuerdos comerciales preestablecidos; así como

observar los principales atributos de los productos ofrecidos por la empresa que le den la preferencia del mercado. Considerando que el desarrollo de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en México y en Yucatán por medio de la competitividad, representa un fortalecimiento directo de las economías locales y el desarrollo regional.

BIBLIOGRAFÍA

LIBRO

Barney, J., (1986), *Strategic Factor Markets: Expectations, Luck and Business Strategy*, Management Science, pp. 1231-1241 Recuperado el 28 de abril de 2016 de: [https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=Zj7JwMcMoY0C&oi=fnd&pg=PA146&dq=barney+Strategic+Factor+Markets:+Expectations,+Luck+and+Business+Strategy&ots=2s2IIstpn&sig=wto8K0FO-0LlzRYuIUz-](https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=Zj7JwMcMoY0C&oi=fnd&pg=PA146&dq=barney+Strategic+Factor+Markets:+Expectations,+Luck+and+Business+Strategy&ots=2s2IIstpn&sig=wto8K0FO-0LlzRYuIUz-t1tznC8#v=onepage&q=barney%20Strategic%20Factor%20Markets%3A%20Expectations%20%20Luck%20and%20Business%20Strategy&f=false)

[t1tznC8#v=onepage&q=barney%20Strategic%20Factor%20Markets%3A%20Expectations%20%20Luck%20and%20Business%20Strategy&f=false](https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=Zj7JwMcMoY0C&oi=fnd&pg=PA146&dq=barney+Strategic+Factor+Markets:+Expectations,+Luck+and+Business+Strategy&ots=2s2IIstpn&sig=wto8K0FO-0LlzRYuIUz-t1tznC8#v=onepage&q=barney%20Strategic%20Factor%20Markets%3A%20Expectations%20%20Luck%20and%20Business%20Strategy&f=false)

Fong, C., (2005), *La teoría de recursos y capacidades - fundamentos microeconómicos*.

Guadalajara, Jalisco, México: Universidad de Guadalajara.

Gutiérrez, E. y González, E., (2010), *De las teorías del desarrollo al desarrollo sustentable*, Universidad Autónoma de Nuevo León – Siglo XXI Editores. Edo. De México.

Grant, R.M., (2010), *Contemporary Strategy Analysis*, United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd, (7ª ed.).

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P., (2010), *Metodología de la Investigación*, México, D.F.: Mc Graw Hill.

Hill C. y Jones G., (2005), *Administración estratégica. Un enfoque integrado*, 3ª ed., Colombia, Ed. Mc Graw Hill.

Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), (2012), *Análisis de la demografía de los establecimientos 2012*.

Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), (2014), *Censos económicos 2014. Micro, pequeña, mediana y gran empresa: estratificación de los establecimientos*. México, D.F.: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Madrigal Bertha, (2009), *Habilidades directivas*, Editorial Mc Graw Hill. Cap. 1

Porter, M., (1991), *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, Simon & Schuster Ltd; Edición: New Ed

Rodríguez, J., (2010), *Administración de pequeñas y medianas empresas*, Thomson, 2002.
ISBN 9706862420, 9789706862426

Stake, R., (1999), *Investigación con estudio de casos (2 ed)*, Madrid: ediciones Morata, S.L

Strategor, (1995), *Estrategia, estructura, decisión, identidad. Política general de empresa, 2a. ed.*, Barcelona, Ed. Biblioempresa.

PERIÓDICOS, REVISTAS O ARTÍCULOS

Aburto, H., & Bonales, J., (2011), *Habilidades Directivas: Determinantes en el clima organizacional*, Investigación y Ciencia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, volumen (51), pp. 41-49. ISSN: 1665-4412

Barney, J.,(1991), *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*, Journal of Management. 17(1), pp. 99-120

Cárdenas, M., (2013), *“Habilidad emprendedora, liderazgo, relaciones familiares y eficiencia económica en la micro y pequeña empresa familiar en Yucatán: estudio de casos”*, Tesis para optar el grado de: Maestra en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional. Instituto Tecnológico de Mérida.

Febles, J. y Oreja, J.R., (2008), *Factores externos e internos determinantes de la orientación de la cultura estratégica de las empresas*, Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. Vol 14, No. 1, pp. 13-32 ISSN: 1135-2523. Universidad de La Laguna.

Müller, G., (1995), *El caleidoscopio de la competitividad*. Revista de la CEPAL, No. 56, Santiago de Chile, CEPAL, pp. 137-148.

Porter, M., (2008), *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*, Special Issue on HBS Centennial. *Harvard Business Review* 86, no. 1 (January 2008): 78–93

PÁGINA ELECTRÓNICA

Diario Oficial de la Federación, DOF, (2009), *Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas.* Recuperado de http://dof.gob.mx/nota_detalle.php.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), (2013), *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2013 (SCIAN 2013).* Recuperado el 25 de Mayo de 2016; <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/SCIAN/scian.aspx>

Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018 (2013), *DOF Diario Oficial de la Federación.*
DOF: 20/05/2013
http://www.inm.gob.mx/static/pdf/PND_2013-2018.pdf

Plan Estatal de Desarrollo (PEDY) 2012-2018 Yucatán, (2013), *Gobierno del Estado de Yucatán 2012-2018. Mérida, Yucatán, México.*
<http://www.yucatan.gob.mx/gobierno/ped/PED-2012-2018-Yuc.pdf>